

**FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
PENGUNA TELEPON SELULER MERK NOKIA
(Studi Kasus pada Mahasiswa FISIP UPN Veteran Jawa Timur pengguna telepon seluler
merk Nokia)**

SKRIPSI



Oleh :

Marsa Dita Alfianto

NPM. 0742010031

**YAYASAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN PERUMAHAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA
2011**

**FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAPKEPUASAN
KONSUMEN PENGGUNA TELEPON SELULER MERK NOKIA**
(Studi Kasus pada Mahasiswa Fisip UPN Veteran Jawa Timur pengguna telepon
seluler merk Nokia)

Disusun Oleh :

MarsaDitaAlfianto
NPM. 0742010031

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

SSS

Menyetujui,

Pembimbing Utama

Ir.Lisa Sulistyawati, M.M
NIP. 195802231987032001

Mengetahui,

DEKAN

Dra. Ec. Hj. Suparawati, M.Si
NIP. 195507181983022001

**FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAPKEPUASAN
KONSUMEN PENGGUNA TELEPON SELULER MERK NOKIA**
(Studi Kasus pada Mahasiswa Fisip UPN Veteran Jawa Timur pengguna telepon
seluler merk Nokia)

Disusun Oleh :

MARSA DITA ALFIANTO

NPM. 0742010031

**Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universiats Pembangunan Nasional “ Veteran “ Jawa Timur**

Pada tanggal

Pembimbing Uatama

Tim Penguji

1.Ketua

**.....
NIP
2. Sekretaris**

**NIP
3. Anggota**

.....

**Mengetahui,
DEKAN**

**.....
NIP**

**.....
NIP**

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji syukur penulis haturkan ke kehadiran Allah SWT, karena dengan limpahan Rahmat, Karunia serta Hidayah-Nya, skripsi yang berjudul **“Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Telepon Seluler Merk Nokia (Studi kasus pada mahasiswa FISIP UPN Veteran Jawa Timur pengguna telepon seluler merk Nokia)”**, dapat penulis susun dan selesai sebagai wujud pertanggung jawaban penulis.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, penulis tidak dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada Ir Lisa Sulistyawati M.M selaku pembimbing yang telah memberikan pengarahan kepada penulis selama menyusun proposal penelitian ini.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dra. Hj. Suparawati, M.Si, sebagai Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) UPN “Veteran” Jatim.
2. Bapak Drs. Sadjudi, M.Si, (alm) sebagai ketua program studi ilmu administrasi bisnis FISIP UPN “Veteran” Jatim.
3. Bapak Drs. Nurhadi, M.Si sebagai sekretaris program studi ilmu administrasi bisnis FISIP UPN “Veteran” Jatim.
4. Seluruh dosen program studi ilmu administrasi bisnis maupun staf karyawan FISIP hingga UPN “Veteran” Jatim.

5. Kedua orang tua beserta keluarga, Maaf dan Terima kasih saya ucapkan.
6. Semua teman – teman angkatan 2007 yang turut membantu penyusunan skripsi ini.

Besar harapan penulis agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih dan semoga Allah SWT senantiasa memberikan petunjuk bagi kita semua.Amin .

Surabaya, Mei 2011

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
ABSTRAKSI	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Strategi Pemasaran	8
2.1.2 Perilaku Konsumen	13
2.1.3 Keputusan Pembelian	37
2.1.4 Kepuasan Konsumen	43
2.2 Kerangka Berpikir.....	47

2.3 Hipotesis	50
---------------------	----

BAB III. METODE PENELITIAN

3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	51
3.2 Populasi dan Sampel	54
3.2.1 Populasi	54
3.2.2 Sampel	55
3.3 Teknik Pengumpulan Data	56
3.3.1 Jenis Data	56
3.3.2 Sumber Data	56
3.3.3 Pengumpulan Data	56
3.4 Teknik analisis dan uji hipotesa	56
3.4.1 Uji validitas dan uji reabilitas	56
3.4.2 Analisis pengujian asumsi klasik	58
3.4.3 Teknik analisis regresi linier berganda.....	60
3.4.4 Uji hipotesa.....	61

BAB IV. ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	68
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	68
4.2.1 analisis statistik deskriptif	68
4.2.2 Deskriptif karakteristik responden	68
4.2.3 Deskriptif variable penelitian.....	71
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	76

4.3.1 Uji Validitas	76
4.3.2 Uji Reabilitas	77
4.4 Analisis statistic inferensial	78
4.4.1 Hasil uji asumsi klasik.....	78
4.4.2 Analisis regresi linier berganda	82
4.4.3 Analisis koefisien korelasi dan koefisien determinasi.....	84
4.4.4 Pengujian hipotesis	85
4.5 Pembahasan	93
4.5.1 Analisis regresi linier berganda secara simultan.....	93
4.5.2 Analsis regresi linier berganda secara parsial.....	93

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	98
5.2 Saran.....	99

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
Tabel 1	Jumlah dan Pengguna Telepon Seluler Merk Nokia di Indonesia	4
Tabel 4.1	Deskriptif jenis kelamin responden.....	69
Tabel 4.2	Deskriptif Usia.....	69
Tabel 4.3	Deskriptif lamanya menjadi konsumen.....	70
Tabel 4.4	Deskriptif Nokia tipe keluaran.....	71
Tabel 4.5	Hasil tanggapan responden terhadap variabel fasilitas fisik...	72
Tabel 4.6	Hasil tanggapan responden terhadap variabel Keandalan.....	73
Tabel 4.7	Hasil tanggapan responden terhadap variabel Jaminan.....	74
Tabel 4.8	Hasil tanggapan responden terhadap variabel Empati.....	75
Tabel 4.9	Hasil tanggapan responden variabel Kepuasan konsumen.....	76
Tabel 4.10	Uji Validitas.....	77
Tabel 4.11	Uji reabilitas.....	78
Tabel 4.12	Uji Normalitas.....	79
Tabel 4.13	Nilai variance inflation variabel bebas.....	80
Tabel 4.14	Nilai Durbin Watson	82
Tabel 4.15	Hasil Analisis regresi linier berganda.....	83
Tabel 4.16	Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi.....	84
Tabel 4.17	Hasil perhitungan uji F.....	85
Tabel 4.18	Hasil perhitungan uji t.....	87
Tabel 4.19	Nilai koefisien korelasi parsial.....	92

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
Gambar 1	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkah Laku Konsumen	15
Gambar 2	Hirarki Kebutuhan Menurut Maslow	32
Gambar 3	Kerangka Berpikir	49
Gambar 4.1	Uji Heterokedastisitas.....	81
Gambar 4.2	Daerah penerimaan H_0 dan Penolakan H_0 Uji F.....	86
Gambar 4.3	Kriteria Daerah penerimaan atau penolakan variabel X1.....	88
Gambar 4.4	Kriteria Daerah penerimaan atau penolakan variabel X2.....	89
Gambar 4.5	Kriteria Daerah penerimaan atau penolakan variabel X3.....	90
Gambar 4.6	Kriteria Daerah penerimaan atau penolakan variabel X4.....	91

ABSTRAKSI

MARSA DITA ALFIANTO 0742010031, Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Telepon Seluler Merk Nokia (Study Kasus Pada Mahasiswa FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur Pengguna Telepon Seluler Merk Nokia)

Teknologi komunikasi dan informasi yang saat ini semakin berkembang baik dalam hal kecepatan kemampuan kehandalan sehingga mempermudah mendapatkan informasi dan melakukan komunikasi secara internal maupun secara eksternal. Di era saat ini kebutuhan teknologi komunikasi dan informasi semakin meningkat, agar informasi dan komunikasi dapat dilakukan dengan cepat diperlukan teknologi yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Semakin banyaknya telepon seluler yang ada di pasaran saat ini menjadikan persaingan sendiri bagi pihak perusahaan telepon seluler terutama Nokia. Dalam hal ini kepuasan konsumen yang menjadi tolak ukur bagi Nokia dalam menarik konsumen. Nokia salah satu telepon seluler yang banyak digunakan konsumen dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan melakukan komunikasi serta mendapatkan informasi, pemenuhan kebutuhan dari penggunaan telepon seluler Nokia oleh konsumen itu dinyatakan dalam bentuk kepuasan, sehingga tujuan utama penggunaan telepon seluler Nokia adalah untuk mendapatkan kepuasan.

Adapun jenis penelitian yang dilakukan disini adalah dengan menggunakan penelitian kuantitatif. Dimana peneliti hanya peneliti hanya menguraikan kondisi yang ada dan memberikan analisis terhadap fenomena tersebut. Yang menjadi objek penelitian adalah Mahasiswa FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur pada program studi Ilmu Administrasi Bisnis, Ilmu Administrasi Negara, Ilmu Komunikasi dan Hubungan internasional pengguna Telepon Seluler Merk Nokia. Dengan responden yang diambil sebagai sampel sebanyak 80 dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, Sebagai responden diberi kuesioner yang nantinya dapat dijadikan tolak ukur penelitian, selain kuesioner penelitian ini juga menggunakan wawancara sebagai teknik pengumpulan datanya. Ada pun Faktor-Faktor yang diamati dalam penelitian yaitu variabel bebas (tangibles atau fasilitas, Keandalan, Jaminan, Empaty) dan Variabel terikat (Kepuasan konsumen)

alat analisis menggunakan model regresi linier berganda dan untuk uji hipotesis menggunakan uji F sebagai uji simultan (bersama – sama) serta uji t sebagai uji parsial terhadap variabel penelitian.

Hasil studi menunjukkan bahwa dari faktor-faktor yang diamati dalam penelitian tangibles atau fasilitas, Keandalan, Jaminan, Empaty berpengaruh terhadap kepuasan konsumen atau dapat meningkatkan kepuasan konsumen terhadap penggunaan telepon seluler merk Nokia.

Kata kunci: fasilitas fisik, Keandalan, Jaminan, Empati, Kepuasan konsumen

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi komunikasi dan informasi yang saat ini semakin berkembang baik dalam hal kecepatan kemampuan kehandalan sehingga mempermudah mendapatkan informasi dan melakukan komunikasi didalam masyarakat baik secara internal maupun secara eksternal. Di era saat ini kebutuhan teknologi komunikasi dan informasi semakin meningkat, agar informasi dan komunikasi dapat dilakukan dengan cepat diperlukan teknologi yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat atau konsumen.

Di Indonesia teknologi komunikasi dan informasi yang canggih handal dan modern semakin berkembang khususnya dalam jumlah dan jenis, diantaranya dalam bentuk telepon seluler, yang dilengkapi dengan berbagai aplikasi sesuai dengan perkembangan jaman

Kebutuhan Masyarakat atau konsumen pengguna telepon seluler semakin meningkat dan menjadi salah satu alat telekomunikasi yang diperlukan. dalam penggunaan telepon seluler konsumen akan mendapatkan kepuasan bila telepon seluler itu dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan yang berhubungan dengan komunikasi dan informasi.

Kepuasan konsumen merupakan unsur yang sangat penting dalam mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk semakin suatu produk mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen tingkat kepuasan konsumen semakin tinggi dan secara terus menerus konsumen akan mengkonsumsi atau

menggunakan produk tersebut dan tidak beralih pada produk sejenis tetapi jika konsumen tidak mendapatkan kepuasan maka konsumen akan berpikir untuk mencoba produk sejenis yang lain, termasuk dalam hal penggunaan telepon seluler, sebagai produk jasa dalam memenuhi kepuasan konsumen dapat dipenuhi melalui manfaat yang dirasakan konsumen.

Nokia salah satu telepon seluler yang banyak digunakan konsumen dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan melakukan komunikasi serta mendapatkan informasi, pemenuhan kebutuhan dari penggunaan telepon seluler Nokia oleh konsumen itu dinyatakan dalam bentuk kepuasan, sehingga tujuan utama penggunaan telepon seluler Nokia adalah untuk mendapatkan kepuasan.

Fasilitas fisik itu merupakan bukti langsung dari penggunaan produk jasa termasuk penggunaan telepon seluler merk Nokia, konsumen dapat mengambil manfaat dari jasa yang dikonsumsi itu sangat terkait dengan adanya fasilitas fisik, karena fasilitas fisik atau tangible merupakan sarana yang sangat penting untuk mendapatkan manfaat dalam penggunaan telepon seluler merk Nokia. Semakin baik tangibles atau fasilitas fisik dalam arti semakin banyak manfaat yang dapat dikonsumsi oleh konsumen maka semakin mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, bila kebutuhan dan keinginan konsumen terpenuhi maka semakin tinggi kepuasan konsumen.

Keandalan merupakan unsur yang penting dalam penggunaan produk jasa karena merupakan kemampuan suatu jasa didalam memberikan pelayanan,

dalam penggunaan telepon seluler keandalan merupakan salah satu manfaat yang sangat diharapkan oleh konsumen.

Jaminan yang diberikan kepada konsumen dalam menggunakan telepon seluler, sebagai sarana komunikasi dan informasi sangat mengharapakan aktifitas itu dapat setiap saat dilakukan tanpa adanya gangguan sehingga didalam telepon seluler itu konsumen akan merasa aman bila produk jasa telepon seluler Nokia ini memberikan jaminan. Juga dalam memberikan garansi perbaikan jika ada kerusakan yang terjadi pada telepon seluler tersebut.

Empati merupakan unsur yang sangat penting didalam penggunaan telepon seluler merk Nokia yang ditandai dengan penggunaan telepon seluler Nokia konsumen dapat melakukan hubungan atau komunikasi yang baik.konsumen selalu mengharapakan adanya kualitas hubungan baik secara pribadi maupun sebagai suatu masyarakat.

Nokia selaku produsen harus menitik beratkan perhatiannya pada pemahaman atas perilaku konsumen karena konsumen merupakan masalah yang penting dalam pemasaran.dengan mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen maka perusahaan akan sedemikian rupa menciptakan produk yang diharapkan,sehingga produk tersebut diterima oleh pasar.

Besarnya jumlah serta pertumbuhan pengguna telepon seluler selama tahun 2006 sampai tahun 2010 dapat dilihat pada tabel 1 berikut ini:

Tabel 1 jumlah dan pengguna telepon seluler Nokia di Indonesia

Tahun 2006 - 2010

Tahun	Jumlah (juta orang)	Pertumbuhan (juta orang)
2006	6,3	---
2007	11,4	5,6
2008	19	7,6
2009	29,8	10,8
2010	41,6	11,8

Sumber : Majalah SWA/ XXI / 6 – 18 Januari 2006 (diambil 2011)

Majalah SWA / XXII / 12 – 15 Januari 2010

Berdasarkan data diatas jumlah pengguna telepon seluler di Indonesia pada tahun 2006 sampai dengan tahun 2010 terus meningkat. Dari data diatas terlihat pada tahun 2006 jumlah pengguna telepon seluler Nokia di Indonesia telah berjumlah 6,3 juta orang, pada tahun 2007 jumlah pengguna telepon seluler telah bertambah yaitu mencapai 11,4 juta orang, dan kemudian bertambah menjadi 19 juta orang ditahun 2008, tahun 2009 jumlah penggunanya mencapai 29,8 juta orang dan tahun 2010 pengguna telepon seluler telah bertambah 41,6 juta orang, serta diprediksi akan bertambah pada tahun tahun yang akan datang. Kondisi ini akan membuat persaingan antar perusahaan produsen telepon seluler untuk mendapatkan konsumen telepon seluler menjadi sangat ketat.hal ini yang menimbulkan permasalahan yang

dihadapi oleh perusahaan Nokia selaku salah satu produsen telepon seluler terbesar di dunia.

Dalam situasi yang semacam ini produsen telepon seluler yaitu perusahaan Nokia untuk mencari pemecahan dari permasalahan di atas untuk itu diperlukan penelitian terhadap situasi atau perilaku konsumen, karena dengan cara ini diharapkan nantinya perusahaan dapat mengantisipasi dan mengatasi secara jelas tentang produk telepon seluler yang diinginkan oleh konsumen. Karena perusahaan Nokia harus sanggup memahami keinginan pembeli dan membuat terobosan yang tepat dalam menjual produknya.

Berdasarkan masalah latar belakang masalah penelitian maka penulis akan meneliti tentang kepuasan konsumen dan faktor faktor *tangible* keandalan jaminan dan empati. Dengan judul **“Faktor Faktor yang Berpengaruh Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Telepon Seluler Merk Nokia”** (study kasus pada mahasiswa Fisip UPN Veteran Jawa Timur pengguna telepon seluler merk Nokia)

1. 2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan judul penelitian dapat ditetapkan perumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah variabel yang terdiri dari Fasilitas fisik, keandalan, jaminan dan empati berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pengguna telepon seluler merk Nokia?

2. Apakah variabel Fasilitas fisik, keandalan, jaminan dan empati berpengaruh secara Parsial terhadap kepuasan konsumen pengguna telepon seluler merk Nokia?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari uraian latar belakang diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1 Untuk Mengetahui pengaruh secara simultan Fasilitas fisik, keandalan, jaminan dan empati terhadap kepuasan konsumen pengguna telepon seluler merk Nokia
2. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial Fasilitas fisik, keandalan, jaminan dan empati terhadap kepuasan konsumen pengguna telepon seluler merk Nokia

1.4 Manfaat Penelitian

Sedangkan beberapa manfaat yang penulis harapkan dapat diperoleh dari hasil penelitian ini nantinya antara lain:

1. Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan informasi dan bahan masukan bagi pihak Nokia dalam hal pelayanan guna peningkatan kepuasan konsumen

2. Secara Teoris

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan kajian ilmu pengetahuan dan sebagai bahan referensi untuk penelitian sejenis dimasa yang akan datang